

## ÍNDICE

<b>4.4 - Programa de Comunicação Social - PCS .....</b>	<b>1/14</b>
4.4.1 - Objetivos.....	1/14
4.4.2 - Justificativa .....	2/14
4.4.3 - Metas .....	4/14
4.4.4 - Metodologia .....	5/14
4.4.4.1 - Linha de Ação 1 - Planejamento.....	5/14
4.4.4.2 - Linha de Ação 2 - Divulgação e Informação.....	7/14
4.4.4.3 - Linha de Ação 3 - Monitoramento e Avaliação.....	8/14
4.4.5 - Público-alvo .....	9/14
4.4.6 - Indicadores de Efetividade .....	9/14
4.4.7 - Cronograma de Execução.....	11/14
4.4.8 - Inter-relação com outros Programas .....	13/14
4.4.9 - Identificação dos Responsáveis e Parceiros .....	13/14
4.4.10 - Fase do Empreendimento.....	13/14
4.4.11 - Equipe Técnica.....	13/14
4.4.12 - Referências Bibliográficas .....	14/14

## ANEXOS

Anexo 4.4-1      Folder Institucional



## Legendas

Quadro 4.4-1 - Municípios da Área de Influência Indireta (AII)..... 3/14



## 4.4 - PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - PCS

O Programa de Comunicação Social (PCS) descrito a seguir cumpre um papel importante de apresentar a Linha de Transmissão (LT) 500 kV Bacabeira - Pecém II a todas as suas partes interessadas. Ele é responsável por levar informações qualificadas a respeito do empreendimento, do processo de licenciamento ambiental envolvido, das características principais do processo construtivo da Linha, dos diferentes Programas Ambientais a serem implantados ao longo das fases de instalação e operação da LT e dirimir quaisquer dúvidas que porventura possam surgir ao longo do período de obras.

O Programa aponta diretrizes e estratégias para a comunicação social e o relacionamento com as partes interessadas, e descreve linhas de ação fundamentais para o alcance dos objetivos propostos.

### 4.4.1 - Objetivos

#### ▪ Objetivo Geral

O Programa de Comunicação Social assume como objetivo geral estabelecer um canal de comunicação contínua entre os públicos de interesse da LT 500 kV Bacabeira - Pecém II e o empreendedor, oferecendo informações qualificadas a respeito do empreendimento, suas atividades e seus programas ambientais, de forma dialogada e adequada às características de cada um de seus públicos, por meio de diferentes instrumentos, com o intuito de evitar ou mitigar potenciais impactos negativos e potencializar impactos positivos da instalação da Linha de Transmissão sobre a população afetada.

#### ▪ Objetivos Específicos

- ▶ Identificar e atualizar as informações sobre os principais interlocutores estratégicos, veículos de comunicação adequados e especificidades locais para a comunicação do empreendimento;
- ▶ Informar ao público de interesse a respeito de todas as principais atividades do processo construtivo, todas as restrições e questões de segurança associadas à LT e o processo de sua instalação, sobre os programas ambientais previstos, e sobre os meios de contato da ouvidoria;

- ▶ Promover a comunicação com contato direto junto à população diretamente afetada pelo empreendimento;
- ▶ Realizar encontros com representantes do poder público e lideranças de organizações da sociedade civil nos municípios atravessados pela LT;
- ▶ Estabelecer um canal de comunicação direta com o público de interesse do projeto, capaz de receber solicitações de informação e questionamentos a respeito da atividade e oferecer respostas;
- ▶ Monitorar as percepções sobre os impactos ambientais, de forma a acompanhar eventuais alterações nos modos de vida da população afetada;

#### 4.4.2 - Justificativa

O Estudo de Impacto Ambiental identificou potenciais impactos da instalação do empreendimento que se distribuem desde a etapa de planejamento até a operação da LT e subestações associadas, que demandam medidas ambientais específicas. O Programa de Comunicação Social é, portanto, um instrumento necessário à mitigação de alguns desses impactos, especialmente através do estabelecimento de um adequado canal de comunicação.

Desse modo, o PCS deve intervir sobre esses impactos ao oferecer informações transparentes e claras a respeito do empreendimento, de seus impactos positivos e negativos, dos programas socioambientais associados e ainda atuar como um mediador imparcial em busca da resolução das disputas de interesses a respeito do empreendimento.

Considerando a diversidade de partes interessadas envolvidas em empreendimentos deste porte, e que o empreendedor já vem executando duas ações de comunicação social, que devem ser observadas no desenvolvimento futuro de novas ações na fase de LI. Foi instalado um Sistema de Ouvidoria telefônica, capaz de receber ligações gratuitas e oferecer respostas aos solicitantes. O sistema funciona no número 0800 887 1608, em dias úteis, das 9h às 12h e das 13 às 18h. Além da Ouvidoria, foi elaborado ainda um folder institucional, apresentando o empreendimento e informando a seu público a respeito do canal de contato (**Anexo 4.4-1**).

O PCS deverá ser executado em todos os 44<sup>1</sup> municípios da Área de Estudo Regional (AER) do empreendimento, de forma a abranger todos os públicos de interesse identificados, conforme sintetiza o **Quadro 4.4-1**:

**Quadro 4.4-1 - Municípios da Área de Influência Indireta (AII)**

Nº	Município	UF	Atravessado (km)	Canteiro
1	Bacabeira	MA	10,34	Subestação
2	Rosário	MA	31,35	
3	Axixá	MA	10,28	
4	Presidente Juscelino	MA	11,19	
5	Cachoeira Grande	MA	7,62	
6	Morros	MA	74,40	Apoio
7	Icatu	MA	10,23	
8	Humberto de Campos	MA	55,75	Apoio
9	Primeira Cruz	MA	38,62	
10	Santo Amaro do Maranhão	MA	41,93	
11	Barreirinhas	MA	84,16	Principal
12	Paulino Neves	MA	38,61	
13	Tutóia	MA	64,98	
14	Santana do Maranhão	MA	0,92	
15	São Bernardo	MA	0,82	
16	Araíoses	MA	72,71	
17	Água Doce do Maranhão	MA	10,68	Apoio
18	Buriti dos Lopes	PI	35,70	
19	Bom Princípio do Piauí	PI	19,67	Subestação
20	Luís Correia	PI	38,38	
21	Parnaíba	PI	-	-
22	Chaval	CE	11,35	Apoio
23	Barroquinha	CE	5,93	
24	Camocim	CE	8,97	
25	Jijoca de Jericoacoara	CE	Não atravessado	Apoio
26	Granja	CE	65,56	Principal
27	Martinópolis	CE	4,58	
28	Bela Cruz	CE	68,35	Principal
29	Cruz	CE	6,57	
30	Acará	CE	30,34	Subestação
31	Marco	CE	7,38	
32	Senador Sá	CE	9,68	
33	Uruoca	CE	36,83	Principal
34	Moraújo	CE	6,32	
35	Tianguá	CE	35,06	Subestação

<sup>1</sup> Além dos 42 municípios atravessados pelo empreendimento, o presente estudo contemplou também o município de Jijoca de Jericoacoara/CE por ser potencial receptor de canteiro de obras e o município de Parnaíba/PI por ser reconhecido como polo regional de serviços.

Nº	Município	UF	Atravessado (km)	Canteiro
36	Viçosa do Ceará	CE	27,91	Apoio
37	Ubajara	CE	12,69	
38	Ibiapina	CE	3,48	
39	Itarema	CE	21,96	Apoio
40	Amontada	CE	21,91	Apoio
41	Itapipoca	CE	25,39	Principal
42	Trairi	CE	31,34	
43	Paraipaba	CE	5,25	Principal
44	São Gonçalo do Amarante <sup>2</sup>	CE	47,12	Subestação e LT

#### 4.4.3 - Metas

- Identificar e registrar representantes do poder público das áreas de influência do empreendimento, lideranças comunitárias e demais partes interessadas ao longo da atuação da equipe de comunicação em campo;
- Distribuir material informativo para 100% do público identificado;
- Realizar 04 (quatro) campanhas de radiodifusão sobre o empreendimento;
- Realizar quatro campanhas de comunicação junto aos moradores do entorno de canteiros e subestações e proprietários da Faixa de Servidão;
- Realizar quatro campanhas de comunicação junto aos representantes do poder público e lideranças locais identificadas;
- Manter execução contínua de um Sistema de Ouvidoria capaz de atender e retornar gratuitamente chamadas ao longo de toda a duração do PCS, perdurando até um mês após o término das obras;
- Oferecer retorno de 90% das solicitações através da ouvidoria dentro de um prazo de 72 horas úteis, excluídos contatos anônimos ou contatos sem telefone pessoal para retorno;
- Realizar pesquisa de percepções socioambientais em 70% do público identificados a cada campanha de comunicação;

<sup>2</sup> Município deverá receber 2 canteiros de obra, sendo 1 para as obras de LT e 1 para as obras de SE.

#### 4.4.4 - Metodologia

O Programa de Comunicação Social fundamenta-se no diálogo social entre as partes interessadas e o empreendedor, assumindo como valores transparência, ética e horizontalidade das informações.

Considerando essa premissa, foram eleitos como referências para a presente metodologia, amplo referencial teórico multidisciplinar e o aprendizado adquirido através da elaboração e execução de outros Programas de Comunicação Social.

As estratégias desenvolvidas para este PCS contemplarão as atividades definidas a seguir, em três linhas de ação.

De forma a garantir a introdução das atividades desde o início das obras, as atividades preparatórias para as campanhas propriamente ditas deverão ser realizadas entre a emissão da Licença Prévia (LP) e a Licença de Instalação (LI).

##### 4.4.4.1 - Linha de Ação 1 - Planejamento

###### Elaboração de Plano de Trabalho Executivo

Com base nas informações levantadas através dos diagnósticos locais, e a partir das trocas de informações com outros programas ambientais, será possível desenvolver um Plano de Trabalho Executivo, contendo previsões seguras de cronograma, dimensionamento de ações e materiais necessários.

###### Posicionamento institucional e mensagem-chave

Com o objetivo de formalizar junto às partes interessadas o posicionamento institucional do empreendedor, deverá ser elaborada uma mensagem-chave e um documento de perguntas e respostas sobre o empreendimento, com a participação das diversas áreas envolvidas com o projeto.

###### Mapeamento dos principais veículos de comunicação locais

Os principais meios de comunicação local deverão ser atualizados, considerando as informações levantadas na fase de desenvolvimento dos estudos ambientais e da realização das audiências públicas. Este levantamento tem a finalidade de otimizar a realização das campanhas informativas, especialmente as veiculações de spots em rádio.

## Elaboração de Lista de Partes Interessadas

A Lista de Partes Interessadas é um documento que sistematiza todos os públicos de interesse do PCS, identificando gestores municipais, proprietários, moradores e sistematizando, quando possível, informações de contato com os interlocutores. Sua atualização deverá ser feita conforme a realização das campanhas de campo.

## Elaboração de Materiais Informativos

Como instrumentos de informação ao público de interesse do empreendimento deverão ser desenvolvidos materiais informativos que tratem de todos os aspectos da fase de obras do empreendimento. São eles:

- **Carta ou Ofício** - Esse material deve ser utilizado primeiramente na apresentação do empreendimento, mas que poderá ser adotado em caso de demandas específicas.
- **Cartaz** - O cartaz a ser elaborado com o intuito de divulgar a presença do empreendimento na região e o número de contato da ouvidoria telefônica.
- **Boletins Informativos** - Boletins informativos são documentos periódicos que levam ao público de interesse do empreendimento atualizações sobre o andamento das atividades da obra e a respeito do desenvolvimento dos demais Programas Ambientais. Para o presente PCS, deverão ser elaboradas quatro edições do boletim, sendo um para cada campanha. Cabe também aos boletins informativos levar informações sobre meios de encaminhamento de currículo, e divulgação da Ouvidoria.

É importante, por fim, ressaltar que todos os materiais informativos elaborados obedecerão a uma identidade visual preestabelecida. A manutenção dessa identidade é importante para conferir uniformidade e uma associação imediata com o empreendimento nos diversos instrumentos de comunicação.

#### 4.4.4.2 - Linha de Ação 2 - Divulgação e Informação

##### Ações de Comunicação Interna

Essas ações têm como objetivo obter um entendimento, um discurso e atitudes em comum de todo o corpo de profissionais envolvidos com o empreendimento, incluindo aqueles de parte do empreendedor e de todas as contratadas e subcontratadas para as obras e para os demais programas ambientais.

Nesse sentido, serão realizadas ações junto à equipe de comunicação (treinamento, reuniões e fornecimento de materiais impressos) para apresentação das informações gerais sobre o empreendimento, evitando que sejam divulgadas informações equivocadas, ainda que de maneira informal.

##### Reuniões de Comunicação Institucional

Como abertura das atividades de comunicação durante as obras, deverão ser realizadas reuniões com os representantes do Poder Público e demais partes interessadas institucionais para informar sobre as atividades de implantação da LT 500 kV Bacabeira - Pecém II. Deverão ser realizadas, minimamente, quatro campanhas para a realização de tais reuniões.

##### Comunicação com a população diretamente afetada

Será estabelecido o canal de comunicação entre o empreendedor e a comunidade, levando em consideração as suas necessidades. Deverão ser realizadas quatro campanhas de comunicação, em que o público será visitado. Para essa estratégia, será priorizada a comunicação face a face em visitas aos públicos de interesse e distribuição dos materiais de divulgação, privilegiando a comunicação interpessoal com a população diretamente afetada.

##### Veiculação de spots radiofônicos

O início das obras e o processo de energização deverão ser divulgados através de comunicados institucionais em spots de rádio nas frequências AM, FM ou na forma de veiculação mais adequada à realidade local (rádio-poste, carros de som etc.), selecionadas de acordo com a sua área de abrangência e com as características do público de interesse do empreendimento.

Essa atividade visa garantir a disseminação de informações de grande relevância para a segurança da população local, com linguagem adequada ao público comunitário. O conteúdo deverá ser veiculado por um período mínimo de sete dias e os horários de veiculação dos anúncios deverão ser compatibilizados aos horários de maior audiência pelo público almejado.

#### **4.4.4.3 - Linha de Ação 3 - Monitoramento e Avaliação**

##### **Manutenção do Sistema de Ouvidoria**

A Ouvidoria é uma atividade que deve estar plenamente operacional antes da distribuição de materiais informativos, nos quais seu número deverá ser divulgado, e deverá ser mantida até um mês após o término do período de obras. A função da ouvidoria é receber opiniões, reclamações, sugestões, críticas ou denúncias apresentadas pela população afetada, incluindo órgãos públicos. Um profissional deve ser treinado para realizar o atendimento em horário comercial. A partir dos chamados deve ser criada uma ficha de atendimento da ouvidoria, numerada por ordem de ligação, e repassada ao empreendedor, com encaminhamento de retorno em até três dias, salvo finais de semana e feriados.

##### **Pesquisa de Percepção sobre impactos ambientais**

Essa atividade deverá ser conduzida de forma a produzir informações a respeito da percepção da população e do poder público, durante os contatos em campo da equipe do PCS, a respeito dos principais impactos ambientais identificados segundo o ponto de vista dos entrevistados. A pesquisa servirá como base para identificar eventuais ocorrências de danos e impactos, de forma a complementar em campo a atuação da Ouvidoria de forma ativa. As informações obtidas deverão ser tabuladas e sistematizadas, e seus resultados deverão compor os relatórios do PCS.

##### **Elaboração de Relatórios Semestrais**

Todas as informações produzidas sobre a realização das atividades do PCS deverão constar em relatório a serem produzidos com frequência semestral. Os relatórios deverão apresentar as evidências das atividades, o planejamento ajustado das próximas atividades, e o cumprimento das metas e indicadores propostos.

#### 4.4.5 - Público-alvo

O Público-alvo do PCS se organiza em três grupos:

- Público Interno:
  - ▶ Trabalhadores e gestores das obras do empreendimento, incluindo empresas terceirizadas, que terão interface direta com a população diretamente afetada;
- Público Externo:
  - ▶ Representantes dos órgãos ambientais e de fiscalização regional;
  - ▶ Representantes das Prefeituras Municipais;
  - ▶ Gestores de Unidades de Conservação interceptadas pela LT;
  - ▶ Representantes de organizações sociais diretamente envolvidas nas temáticas ambientais;
  - ▶ Lideranças comunitárias dos povoados e localidades inseridos na AID;
  - ▶ Moradores e proprietários de áreas interceptadas pela Faixa de Servidão;
  - ▶ População residente no entorno imediato de canteiros de obra e povoados nos principais acessos às frentes de obra da AID.
  - ▶ População em geral dos municípios.

#### 4.4.6 - Indicadores de Efetividade

- Número de interlocutores identificados e registrados na Lista de Partes Interessadas;
- Quantidade de material informativo elaborado e efetivamente distribuído;
- Número de spots veiculados, constando duração, frequência, data e horário;
- Quantidade de visitas de comunicação realizadas em cada campanha, evidenciadas através de registro fotográfico;
- Número de atendimentos realizados pela Ouvidoria dentro do prazo estabelecido, evidenciado por meio de fichas de registro;
- Número de questionários aplicados na pesquisa de percepção sobre impactos ambientais.



### 4.4.7 - Cronograma de Execução

Cronograma da Obra		LT 500 kV BACABEIRA - PECÉM II																																				
Atividades	Mês	-8	-7	-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25			
<b>LICENCIAMENTO AMBIENTAL</b>																																						
Emissão da Licença de Instalação (LI)																																						
Acompanhamento da Obra																																						
Emissão da Licença de Operação (LO)																																						
<b>ATIVIDADES PRELIMINARES</b>																																						
Topografia (revisão perfil)																																						
Liberação da Faixa																																						
<b>LINHA DE TRANSMISSÃO</b>																																						
Mobilização																																						
Instalação de Canteiros																																						
Supressão e abertura de Acessos																																						
Obras Cíveis																																						
Montagem de Estruturas																																						
Lançamento de Cabos																																						
Comissionamento																																						
Desmobilização																																						
<b>SUBESTAÇÕES</b>																																						
Mobilização																																						
Instalação de Canteiros																																						
Obras Cíveis e Pré-moldados																																						
Montagem Eletromecânica e Estruturas																																						
Montagem de Máquinas e Equipamentos de Pátio																																						
Cablagem de Montagem de Painéis de SPCS e TELECOM																																						
Comissionamento																																						
Energização das Instalações																																						
Desmobilização																																						
<b>OPERAÇÃO COMERCIAL</b>																																						
Operação Comercial (Início)																																						
<b>Cronograma do Programa</b>		<b>Programa de Comunicação Social - PCS</b>																																				
Atividades	Mês	-8	-7	-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25			
Elaboração de Plano de Trabalho Executivo																																						
Posicionamento institucional e mensagem-chave																																						
Mapeamento dos principais veículos de comunicação locais																																						
Elaboração de Lista de Partes Interessadas																																						
Elaboração de Materiais Informativos																																						
Ações de Comunicação Interna																																						
Reuniões de Comunicação Institucional																																						
Comunicação com população diretamente afetada																																						
Veiculação de spots radiofônicos																																						
Manutenção do Sistema de Ouvidoria																																						
Pesquisa de Percepção sobre impactos ambientais																																						
Entrega de Relatórios Semestrais																																						
Entrega de Relatório Final																																						

Coordenador:

Técnico:



#### 4.4.8 - Inter-relação com outros Programas

O Programa de Comunicação Social apresenta interação com todos os programas ambientais, tanto recebendo informações e conteúdos a serem utilizados nas ações de divulgação, como na participação ou na mediação entre públicos nas atividades de outros programas.

Especialmente, possui inter-relação direta com o Programa de Educação Ambiental (PEA) tendo em vista a previsão de convergência dos públicos desses Programas. Também possui estreita relação com o Programa de Educação Ambiental para Trabalhadores (PEAT), à medida que as ações de comunicação poderão ser ampliadas e realizadas em conjunto com este programa.

Com o PEAT, especificamente, as ações integradas com o PCS se darão em função da concentração de trabalhadores nos canteiros de obras e alojamentos e dos possíveis impactos causados por sua presença. Além disso, as eventuais reclamações das comunidades quanto à conduta dos trabalhadores, verificadas por meio do PCS, alimentarão o PEAT e gerarão abordagem das temáticas pertinentes durante as atividades educativas.

#### 4.4.9 - Identificação dos Responsáveis e Parceiros

A implementação deste Programa é de responsabilidade do empreendedor, havendo a possibilidade de contratação de terceiros ou firmar parcerias/convênios com empresas ou instituições aptas para executá-lo. Estarão envolvidas nas atividades de Gestão Ambiental: o empreendedor, as empresas prestadoras de serviço que serão responsáveis pela realização das obras, além de empresas de consultoria que poderão implementar os Programas Ambientais.

#### 4.4.10 - Fase do Empreendimento

As atividades do Programa de Comunicação Social deverão ser realizadas ao longo de toda a fase de instalação da LT, considerando a realização das atividades de planejamento antes do início das obras. Algumas atividades específicas poderão ser continuadas na fase de operação do empreendimento.

#### 4.4.11 - Equipe Técnica

Nome	Formação	RG/Conselho de Classe	CTF/IBAMA
Daniel Martins de Lima Silva	Mestre em Comunicação Social	12855252-8 DETRAN/RJ	5207046
Paulo Mário	Biologia	CRBio-RJ 12076/02D	288727

#### 4.4.12 - Referências Bibliográficas

Agenda 21 Brasileira;

AMARAL FILHO, N., MURAD, E. G. e BOFF, E. Comunicação organizacional verde: economia, marketing ambiental e diálogo social para a sustentabilidade corporativa. Rio de Janeiro: Editório, 2013.

CHAVES, Lúcio Edi. Gerenciamento da comunicação em projetos. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2010.

Estudos Ambientais elaborados pela Ecology Brasil.

HABERMAS, J. Mudança estrutural da esfera pública. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

Instrução Normativa nº 2 de 27/03/2012: Estabelece as bases técnicas para programas de educação ambiental apresentadas como medidas mitigadoras ou compensatórias, em cumprimento às condicionantes das licenças ambientais emitidas pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis - Ibama.

KUNSCH, Margarida M. K., Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. Edição revisada, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2003.

Lei nº 6.938 de 17/01/1981 - Política Nacional do Meio Ambiente: Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências;

Lei nº 9.795 de 27/04/1999 - Dispõe sobre a Educação Ambiental no Brasil e institui a Política Nacional de Educação Ambiental;

MANUAL DE COMUNICAÇÃO E MEIO AMBIENTE. Realização da WWF-Brasil e IIEB - Instituto Brasileiro de Educação do Brasil. São Paulo: Peirópolis, 2004.

Normas Brasileiras de Regulamentações (NBRs) da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Resolução CONAMA 001-A, de 23 de janeiro de 1996: Dispõe sobre a elaboração de estudo prévio de impacto ambiental e relatório de impacto ambiental.

Resolução CONAMA nº 001, de 08 de março de 1990: Estabelece critérios e padrões para a emissão de ruídos, em decorrência de atividades industriais.

Resolução CONAMA nº 237 de 19/12/1997: Estabelece o Sistema de Licenciamento Ambiental;